

**PROSES DESAIN GRAFIS
DI PENERBIT DAN PERCETAKAN
CV. PUTRA NUGRAHA**



Oleh

Nama : **TAUFIK INDRA R**

NIM : **D 1307125**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh sebutan Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Berjudul :

“ PROSES DESAIN GRAFIS DI PENERBIT DAN PERCETAKAN CV. PUTRA NUGRAHA ”

Karya :

Nama : TAUFIK INDRA R

NIM : D 1307125

Konsentrasi : PERIKLANAN

Disetujui dan dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program
D III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta, 2 Mei 2010

Menyetujui
Dosen Pembimbing

Mafud Anshori, S.Sos
NIP. 19790908 200312 1 001

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program D III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Selasa

Tanggal : 2 Juni 2010

Panitia Ujian Tugas Akhir :

1. Drs. Subagyo, SU (.....)
NIP. 19520917 198003 1 001
2. Mafud Anshori, S.Sos (.....)
NIP . 19790908 200312 1 001

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan,

Drs. Supriyadi, SN, SU

NIP. 19530128 198103 1 001

MOTTO

“ Ketika satu pintu tertutup, pintu lain terbuka; namun terkadang kita melihat dan menyesali pintu tertutup tersebut terlalu lama hingga kita tidak melihat pintu lain yang telah terbuka”.

Inspirasi akan selalu bernyanyi , karena inspirasi tidak pernah menjelaskan. Hidup adalah kegelapan jika tanpa hasrat dan keinginan. Dan semua hasrat-hasrat keinginan adalah buta, jika tidak di sertai pengetahuan. Dan pengetahuan adalah hampa jika tidak di ikuti pelajaran. Dan setiap pelajaran akan sia-sia jika tidak di sertai cinta.

(Kahlil Gibran)

“ JANGAN PERNAH MUNDUR, JANGAN PERNAH LEMAH ”.

Dan setiap kali ada situasi yang menggoda kita untuk berfikir bahwa keadaan akan membaik jika kita tidak melawan imperialisme maka bayangkan rantai panjang penyiksaan dan kematian yang harus dilalui untuk merebut kemerdekaan.

(Che Guevara)

Dunia akan terus berjalan bahkan berlari, tak peduli seberapa cepat engkau dapat mengejarnya.

(Taufik Indra R)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada :

1. ALLAH SWT yang melimpahkan atas Ridho dan karunianya, sehingga tercipta Tugas ini dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Ibuku, yang menjadi panutan hidupku dan yang telah menjadi motivasi dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
3. Semua Anggota Keluarga yang telah memberikan yang terbaik bagi penulis.
4. Teman-teman Kampus yang selalu membantuku baik suka maupun duka.
5. Bapak ibu dosen yang telah berjasa pada penulis
6. Segenap Pimpinan dan Karyawan CV.Putra Nugraha, yang mau menerima dan membantu selama pelaksanaan KKM (Kuliah Kerja Media)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis selama melaksanakan Magang atau Kuliah Kerja Media dari tanggal 1 Februari s/d 1 Maret 2010 di sebuah perusahaan Penerbit dan Percetakan CV. Putra Nugraha Surakarta, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik.

Selama magang penulis di tempatkan di bagian creative, khususnya pada pembuatan desain cover buku serta hal-hal yang berkaitan dengan desain dalam buku. Penulis sengaja memilih di bagian tersebut karena dapat mengasah kemampuan mendesain penulis dan kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang mampu menarik minat konsumen.

Laporan Kuliah Kerja Media ini dibuat penulis untuk melengkapi syarat dan tugas dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan. Penulis menyadari bahwa segala sesuatu tak ada yang sempurna, seperti halnya laporan Kuliah Kerja Media ini, namun penulis berharap bahwa nantinya laporan ini cukup berguna bagi para pembaca dan bisa digunakan sebagai referensi.

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu rasa terima kasih yang sangat mendalam, serta penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Supriyadi, SN, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Eko Setyanto, MSi selaku Ketua Program D3 Komunikasi Terapan Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Sri Hastjarjo, S.Sos, P.Hd selaku Pembimbing Akademis
4. Bapak Mafud Anshori, S.Sos selaku Pembimbing Tugas Akhir atas bimbingannya selama ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf program D III Komunikasi Terapan Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta atas peran serta guna kelancaran studi selama di perkuliahan
6. Bapak H. Slamet Haryadi selaku pemilik CV. Putra Nugraha, terima kasih telah menerima dan memberikan kesempatan untuk Magang di CV. Putra Nugraha.
7. Bapak Nugroho Arief Hermawan, selaku Direktur di CV. Putra Nugraha
8. Bapak Haryana Humardani selaku instruktur Magang penulis, terimakasih atas keramahan dan pengetahuannya selama di CV. Putra Nugraha.
9. Kepada Mas Didik, Mas Yudis, Mas Pras, Mas Supriyadi, dan Mas Cahyo terima kasih atas keramahan dan bimbingannya selama di CV. Putra Nugraha
10. Seluruh karyawan/wati CV. Putra Nugraha yang telah ramah dan membantu penulis saat di CV. Putra Nugraha.

11. Dan semua pihak yang telah membantu memberikan saran, motivasi dan sumbangan pikiran selama magang yang penulis tidak bisa menyebutkannya satu per satu.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa Tugas Akhir ini belumlah sempurna, maka dengan terbatasnya waktu dan segala pengetahuan penulis diharapkan laporan Tugas Akhir ini mampu memberikan sesuatu yang berarti dan berguna bagi semua orang. Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap mudah-mudahan laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca yang budiman pada umumnya.

Surakarta,

2010

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan.....	3
C. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Komunikasi.....	6
B. Periklanan.....	9
C. Desain Grafis.....	13
BAB III DISKRIPSI LEMBAGA/INSTANSI	
A. Data Perusahaan.....	24
B. Sejarah singkat berdirinya CV. Putra Nugraha.....	26
C. Tujuan CV. Putra Nugraha.....	28
D. Struktur Organisasi CV. Putra Nugraha	29
E. Data Peralatan/Perlengkapan CV. Putra Nugraha.....	32

F. Spesifikasi Buku Materi.....	33
BAB IV PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA	
A. Pengantar.....	36
B. Posisi Kerja.....	37
C. Laporan Kuliah Kerja Media (KKM).....	38
D. Kendala dan Cara Mengatasinya.....	41
E. Proses Desain.....	42
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi ditandai dengan perkembangan teknologi serta persaingan dalam Dunia kerja pada saat ini dirasa sangat berat. Hal ini mengharuskan kita harus lebih agresif dan kreatif dalam mencari peluang usaha atau dalam melakukan pekerjaan. Begitu pula di dalam dunia periklanan sekarang ini, persaingan semakin ketat sehingga menuntut setiap individu untuk bekerja secara lebih cepat dan lebih kreatif. Ini terlihat dari banyaknya bermunculan biro iklan dan media yang menampilkan iklan-iklan kreatif dan tentunya iklan yang mampu menyampaikan pesan kepada audience secara efektif. Dan salah satunya adalah media cetak, yaitu sebuah perusahaan penerbitan dan percetakan. Memang dilihat secara langsung ini bukan merupakan sebuah biro iklan atau media untuk iklan tapi unsur iklan dapat masuk ke dalam perusahaan penerbitan dan percetakan ini. Yang dimaksud unsur iklan oleh penulis adalah bagaimana strategi kreatif yang digunakan perusahaan melalui desain grafis yang bernilai estetik dalam pembuatan buku di perusahaan penerbitan dan percetakan ini. Sebuah desain yang estetik tentunya akan menarik perhatian konsumen untuk membeli dan itu tentunya mempengaruhi terhadap penjualan produk di pasaran. Untuk itu disini seorang desain grafis harus bisa atau dituntut untuk menampilkan sesuatu yang baru dan segar agar khalayak tidak jenuh dengan karya-karya yang sudah

dibuatnya dan karya itu harus mempunyai kekuatan sehingga dapat tercipta suatu karya yang bernilai estetis.

Desain merupakan hasil dari sebuah penyusunan pengalaman visual dan emosional yang memerlukan kreatifitas khayal yang sangat tinggi dengan memperhatikan elemen-elemen desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi. Salah satu proses desain sering juga disebut proses desain grafis, Desain grafis adalah proses menciptakan suatu pesan baru yang terdiri dari teks dan ilustrasi pada segala permukaan, yang sering disebut sebagai desain komunikasi visual. Dikatakan sebagai desain komunikasi visual karena pada umumnya desain grafis menggunakan gambar, foto, simbol dan berbagai macam bahasa untuk menyampaikan pesan. Desain grafis diharapkan mampu menjadi unsur pendukung yang utama yang mampu menghipnotis arah pikiran konsumen menuju apa yang diharapkan produsen.

Desain grafis bermula sebagai penyempurnaan suatu karya yang masih nampak sederhana menjadi suatu karya yang lebih kreatif dan imajinatif, dan itu bergantung kepada ide dari seorang desain grafis. Seorang desain grafis harus mampu mengeksploitasi apa yang ada dalam dirinya melalui daya imajinasi yang dituangkan dalam sebuah karya desain sehingga diharapkan desain itu memiliki nilai lebih yang mampu menarik perhatian khalayak dan tentunya dapat diterima dengan baik.

Desain grafis merupakan sesuatu yang menarik untuk di kaji lebih dalam, tentang bagaimana kontribusi dan peranannya dalam perkembangan periklanan saat ini. Untuk itu penulis mencoba membuat analisa tentang peran seorang desain

grafis di CV.Putra Nugraha di Surakarta, dengan judul “ Proses Desain Grafis di Penerbit dan Percetakan Di CV.Putra Nugraha ”.

B. Tujuan

Tujuan dilaksanakan Kuliah Kerja Media adalah untuk memperlihatkan secara langsung kepada mahasiswa tentang bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya. Agar mahasiswa mempunyai pengalaman dan bekal yang cukup sebagai calon pekerja ketika sudah lulus nanti dan agar mampu menerapkan ilmu yang di dapat dibangku kuliah di dalam dunia kerja yang nyata. Lebih spesifiknya lagi tujuan itu dibagi menjadi dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus, yaitu:

1. Tujuan umum kuliah kerja media

- a. Menyiapkan mahasiswa untuk menjadi tenaga kerja yang profesional di dalam dunia kerja khususnya di bidang periklanan.
- b. Agar mahasiswa mampu secara kritis memanfaatkan teknologi komunikasi melalui media periklanan.
- c. Memperluas cakrawala atau wawasan dalam berkarya di bidang periklanan
- d. Menambah pengetahuan terhadap proses pelaksanaan bidang keahliannya di perusahaan tempat yang bersangkutan mengadakan kuliah kerja media sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada di perusahaan.
- e. Dapat menemukan hal-hal atau masalah baru yang dapat dijadikan sebagai obyek penelitian dan diharapkan mampu menyelesaikan masalah tersebut

- f. Menerapkan dan membuktikan teori yang di dapat di bangku perkuliahan saat pelaksanaan kerja media.
- g. Meningkatkan kreatifitas dan mentalitas mahasiswa agar dapat mempersiapkan diri dalam persaingan di era globalisasi.

2. Tujuan khusus kuliah kerja media

- a. Mengetahuai sistem kerja dalam pembuatan buku di CV.Putra Nugraha.
- b. Mengetahui proses kerja desainer grafis dalam menciptakan desain-desain yang estetis.
- c. Mengetahui tingkat kesulitan secara teknis maupun non teknis dalam proses grafis.
- d. Mengetahui secara mendalam pola pikir dan sistem kerja individu-individu yang berproses dalam dunia kerja, terutama di CV.Putra Nugraha antara lain profesonalitas kerja dan dedikasi kepada perusahaan.

C. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Media

Kuliah Kerja Media ini dilaksanakan secara individu/tim adapun tempat dan waktu pelaksanaan kuliah kerja media adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : CV. Putra Nugraha

Alamat : Jl. Merapi Raya No. 17 Mojosongo, RT 06
RW 09, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah Telp
(0271) 851577, Fax (0271) 855221

Bidang Usaha : Penerbitan dan Percetakan

Waktu Pelaksanaan : 1 Februari 2010 – 1 Maret 2010

Waktu Kerja : Senin s/d Sabtu

Departemen/Bagian : Kreatif

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KOMUNIKASI

A.1. Pengertian Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan hubungan dengan orang lain. Manusia ingin mendapatkan perhatian diantara sesama dan kelompok. Diperlukan serba hubungan dan mempergunakan cara, alat, media, dan lain-lain. Komunikasi dapat dilakukan secara tertulis maupun lisan, tanda-tanda, lambang-lambang dan isyarat-isyarat. Komunikasi dilakukan secara tradisional maupun modern dengan alat-alat dari yang paling sederhana sampai dengan yang paling canggih. Komunikasi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, melintasi hambatan ruang dan waktu. Istilah komunikasi kian hari kian populer, sampai muncul berbagai macam istilah, sehingga dapat dibedakan karakteristiknya.

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Comunis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi (Cherry dalam Stuart, 1983).

Ada beberapa definisi tentang komunikasi yang disampaikan oleh beberapa pakar, antara lain:

- Harold D. Lasswell, bahwa cara yang tepat untuk menerangkan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “*Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya*”.

1. Cherry dalam kutipan Hafied Cangara, 1998 hal 3

- Everett M. Rogers, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
- D. Lawrence Kincaid (1981) dan Rogers, Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.
- Shannon dan Weaver (1949) bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja.

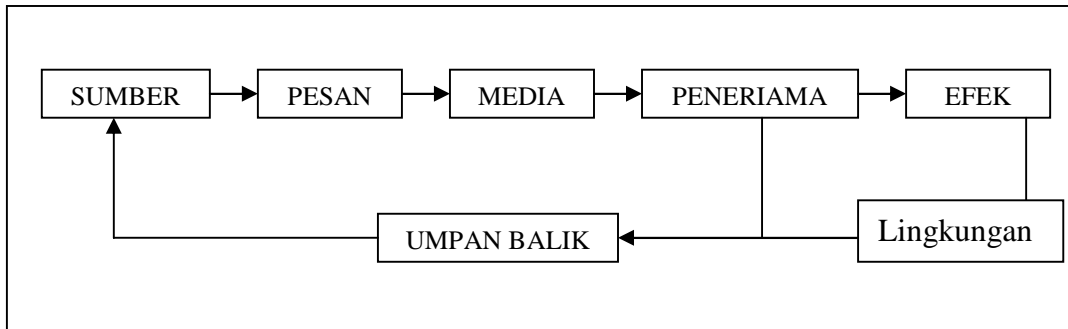
A.2. Unsur-Unsur Komunikasi

Ahli filsafat Yunani Kuno Aristoteles, dalam bukunya *Rhetorica* menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur pendukung, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan. Menurut para pakar unsur ini tepat jika digunakan pada zaman Aristoteles tapi kurang tepat untuk zaman sekarang ini. Claude E. Shannon dan Warren (1949), dua orang insinyur listrik ini menyatakan bahwa komunikasi memerlukan lima unsur yakni: pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Awal tahun 1960-an David K. Berlo membuat formula komunikasi yang dikenal dengan nama “*SMCR*”, yakni: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran – media) dan *Receiver* (penerima). Formula itu mengalami perkembangan dengan ditambahkan unsur efek dan umpan balik (*feedback*) serta pentingnya faktor lingkungan dalam proses komunikasi yang dikemukakan oleh para pakar-pakar ahli komunikasi. Yang membuat komunikasi berkembang terus menerus seiring perjalanan zaman.

2. Pareno, Sam Abede, 2002. Kuliah Komunikasi. Hal 3-4

3. Ibid

Kalau unsur-unsur yang sudah disebutkan diatas saling dikaitkan akan menjadi suatu skema sebagai berikut:



Penjelasan:

- a. Sumber, sering disebut pengirim (pihak yang menyampaikan pesan), komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
- b. Pesan, adalah sesuatu yang disampaikan kepada penerima. Dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi, dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *conten* atau *information*.
- c. Media, adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam komunikasi dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain : radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio cassette dan sebagainya.

- d. Penerima, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, audience atau receiver. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi.
- e. Efek, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan yang dihasilkan oleh suatu komunikasi.
- f. Umpan balik (*feedback*), salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima baik bersifat positif maupun negatif.
- g. Lingkungan, adalah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor itu dapat digolongkan menjadi empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

B. PERIKLANAN

B.1. Pengertian Periklanan

Iklan merupakan bagian dari reklame yang berasal dari bahasa Prancis, *re-clamare*, *re* berarti “meneriakkan berulang-ulang”. Sedangkan periklanan sendiri dalam bahasa Inggris disebut “*Advertising*” yang berasal dari kata *advertise*, diambil dari bahasa Latin “*ad*” dan “*verto*” yang berarti: mengingatkan,

mengumumkan, menarik perhatian, mempopulerkan dengan maksud menjual dan menciptakan publik.

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi dan gagasan tentang suatu produk atau jasa yang ditunjukkan kepada khalayak secara serempak agar memperoleh sambutan baik. Iklan berusaha untuk memberikan informasi, membujuk dan meyakinkan. Periklanan digunakan sebagai salah satu kekuatan untuk mencapai tujuan pemasaran barang atau jasa, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dan itu pun sangat disadari para produsen, untuk menghasilkan tanggapan baik dari khalayak dengan adanya iklan yang mampu menarik perhatian konsumen yang akhirnya membeli produk atau jasa itu, dan juga dapat menimbulkan suatu loyalitas atas barang dan jasa itu.

B.2. Definisi Periklanan

Di dalam perkembangannya, iklan mengalami beberapa pendefinisian yang berbeda-beda, antara lain:

- a. Iklan adalah suatu kekuatan yang menarik, ditunjukkan kepada kelompok pembeli tertentu, dilakukan oleh produsen atau pedagang, agar dengan demikian dapat dipengaruhi penjualan barang-barang atau jasa-jasa yang menguntungkan baginya. (WH Van Baarle dan FE Hollander dalam “Reclamekunde” Leiden, 1976).
- b. Iklan adalah usaha mempengaruhi orang supaya membeli barang-barang atau jasa-jasa serta menerima ide-ide. (*The New Book of Knowledge*, New York, 1974).

4. Nuryanto, 1997, Periklanan, Surakarta, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan UNS Hal : 6-7

- c. Iklan adalah suatu bentuk penghidangan dan promosi yang non personal atas barang, jasa, atau ide, ditunjukkan kepada segolongan orang atau individu, dilakukan oleh individu atau organisasi tertentu, dan dengan unsur “*penyewaan*” untuk pemakaiannya. (*Encyclopedia Americana*, 1973).
- d. Iklan adalah suatu metode atau cara memikat perhatian publik atas suatu barang atau jasa-jasa tanpa penjualan secara langsung. (*The New Book of Knowledge*, New York, 1974).

B.3. Tujuan Periklanan

Tujuan periklanan dapat di golongan menurut sasarannya, antara lain sebagai berikut :

- 1. Memberi informasi (*Informing*)
 - a) Mengusulkan penggunaan suatu produk baru
 - b) Menjelaskan cara kerja suatu produk
 - c) Memberitahukan tentang perubahan harga
 - d) Menjelaskan pelayanan yang tersedia
 - e) Mengurangi kecemasan pembeli
 - f) Mengoreksi kesan yang salah
 - g) Membangun citra perusahaan

Ini biasanya dilakukan besar-besaran pada tahap awal suatu jenis produk.

- 2. Membujuk (*Persuading*)
 - a) mampu membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan

- b) Menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk
- c) Membentuk preferensi merk
- d) Mendorong alih merk
- e) Mengubah persepsi pembeli tentang atribut produk
- f) Membujuk pembeli untuk membeli sekarang

3. Mengingat (Reminding)

- a) Mengingat konsumen pada produk yang sudah mapan dengan menunjukkan bahwa produk tersebut mungkin akan dibutuhkan kemudian
- b) Mengingat dimana produk dapat dibeli
- c) Mengingat pembeli tetap ingat produk itu walau tidak sedang musim dan mempertahankan kesadaran puncak

4. Memberi nilai tambah (Adding value)

Ada tiga cara dasar dimana perusahaan dapat memberi nilai tambah, yaitu

- a) Inovasi
- b) Penyempurnaan kualitas
- c) Mengubah persepsi konsumen

Iklan yang efektif menyebabkan merk terlihat lebih elegan, bergaya, dan prestisius

5. Mendampingi (Assisting)

Periklanan hanya salah satu bagian dari bauran komunikasi pemasaran dan sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran.

C. DESAIN GRAFIS

C.1. Definisi Desain Grafis Iklan

Desain adalah suatu proses, atau kegiatan dalam rangka menghasilkan suatu produk yang baru yang berbentuk rancangan (*prototype*). Jadi Desain Grafis adalah suatu proses menciptakan suatu pesan baru yang terdiri dari teks dan ilustrasi pada segala permukaan. Definisi ini memperlihatkan bahwa desain grafis ruang lingkupnya sangat luas.

Desain grafis dapat di definisikan pula sebagai aplikasi dari ketrampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (yang biasa disebut sebagai seni komersial). Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk; menciptakan identitas visual untuk intuisi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis; desain informasi; dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi. Media komunikasi massa cetak, film, dan elektronik adalah sarana untuk pesan visual, ketika anda membaca sebuah iklan atau logo maka anda berada pada akhir penerimaan komunikasi melalui desain.

C.2. Prinsip Desain Grafis

Sebuah karya desain pada iklan akan terlihat indah dengan kualitas yang memuaskan jika desainer dapat mengekspresikan idenya dan sesuai dengan prinsip-prinsip desain.

Prinsip-prinsip desain berhubungan dengan aturan / cara menata elemen – elemen desain untuk menyampaikan pesan dengan efektif sesuai dengan tujuan yaitu :

- a) Kesatuan, adalah bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis menjadi satu kesatuan gagasan dan pesan. Cara untuk membangun kesatuan: pengelompokan, pengulangan, pembagian area menggunakan kolom, margin, dan spasi)
- b) Keseimbangan, suatu keseimbangan dalam pembagian “berat” di dalam sebuah desain sehingga terlihat serasi, selaras, harmonis atau dengan pengertian lain jika bobot setiap elemen telah diorganisir menghasilkan kesan yang mantap, terdapat dua jenis keseimbangan yaitu :

- 1. Format Balance (*simetris*) yaitu menyampaikan pesan stabilitas dan kekuatan.
- 2. Informal Balance (*asimetris*) yaitu menyampaikan dinamika, kontras, kejutan, dan informalitas.

- c) Ritme

atau irama, merupakan pembuatan pola (patern) dengan cara mengulang elemen-elemen desain tertentu. Ada dua jenis ritme : Repetisi (pengulangan yang menghasilkan suasana tenang dan stabil. *Variasi* (perubahan dari bentuk, ukuran, atau posisi elemen desain) yang mengesankan dinamika dan energi pada desain.

- d) Penekanan, adalah penonjolan elemen desain tertentu untuk menarik perhatian. Yang perlu diperhatikan adalah: tidak boleh ada terlalu banyak

penekanan pada satu halaman; sebab justru akan mengaburkan elemen/pesan yang ingin di tonjolkan.

Prinsip-prinsip diatas harus menjadi dasar perhatian seorang desainer grafis agar mampu menciptakan karya yang estetik dan menarik.

C.3. Elemen-Elemen Dasar Desain Grafis

Seorang desainer grafis sebelum membuat desain tentunya akan memperhatikan beberapa elemen-elemen dasar tentang desain grafis. Elemen-elemen tersebut seperti :

A. Garis

Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Alat yang dipakai untuk menggambar tersebut antara lain pensil, ballpoint, pointed brush, keyboard, mouse, dan sebagainya. Garis juga didefinisikan sebagai titik-titik yang bergerak, selain itu garis juga disebut sebagai jalur terbuka. Garis dikategorikan berdasarkan tipe, arah, dan kualitasnya.

Tipe garis atau atribut garis merujuk pada gerakan garis dari awal hingga akhir. Tipe garis ini dapat berupa garis lurus, lengkung, atau siku-siku. Inilah yang membedakan tipe-tipe garis tersebut. Sedangkan Arah garis ini dibedakan menjadi tiga, yaitu garis horizontal, garis vertikal, dan garis diagonal..

Kualitas garis mengarah pada bagaimana garis itu digambar. Kualitas garis dapat diserupakan dengan kualitas suara atau kualitas musik. Menilai kualitas garis lebih banyak menggunakan perasaan. Mungkin kualitas garis

itu dapat berupa garis yang takut-takut atau tegas, halus atau patah-patah, tebal atau tipis, tetap atau berubah-ubah.

B. Bentuk

Bentuk merupakan gambaran umum sesuatu atau formasi yang tertutup atau jalur yang tertutup. Banyak cara melukiskan bentuk pada permukaan dua dimensi. Salah satu cara melukiskan bentuk adalah dengan garis. Garis dapat digunakan untuk menggambarkan bentuk yang datar, misalkan lingkaran, elip, silinder, piramid, atau kubus. Bentuk dapat diisi dengan warna, nada, atau tekstur. Cara lain menggambarkan bentuk adalah penggunaan warna dan kolase.

C. Merancang Warna

Warna merupakan elemen grafis yang sangat kuat dan provokatif. Empat warna (bukan hitam putih) akan meningkatkan efektifitas dan biaya produksi. Dengan demikian, multimedia yang dirancang sesuai dengan warna yang disukai pasar akan memberikan keunggulan bersaing dalam produksi. Warna sulit dikendalikan ketika menciptakan pekerjaan desain grafis yang orisinil dan ketika menampilkannya pada layar multimedia, baik di televisi maupun di web. Beberapa saran merancang warna yang efektif adalah sebagai berikut :

- 1) Pilihlah warna sesuai konsep yang anda desain
- 2) Pilihlah warna yang akan mengkomunikasikan semangat dan kepribadian pemesan.

- 3) Buatlah keyakinan bahwa warna menyempurnakan kemampuan baca pada pesan yang disampaikan lewat desain
- 4) Periksalah di antara warna yang kontras dalam desain anda untuk memberikan dampak visual
- 5) Ciptakan sketsa dengan banyak warna
- 6) Cobalah mendesain dengan satu warna, kemudian dengan dua warna dan akhirnya warna penuh
- 7) Analisislah penggunaan warna komputer yang sukses dan dalam solusi desain master
- 8) Ketika Anda mendesain dengan komputer ingatlah Anda melihat di layar elektronik dan warna dapat berbeda apabila dicetak
- 9) Pelajarilah penggunaan warna pada budaya yang berbeda. Simbol warna tidak universal
- 10) Lihatlah warna tren melalui warna sampul CD, sampul buku, sampul majalah, iklan TV, dan sebagainya
- 11) Bicaralah dengan para profesional desain tentang warna yang disukai pelanggan.

D. Kontras Nilai

Nilai digunakan untuk menggambarkan tentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Hubungan antar satu elemen dengan elemen lain yang berkaitan dengan kecerahan dan kegelapan disebut kontras nilai. Kontras nilai memberikan citra dan persepsi secara rinci.

Kita membutuhkan kontras nilai untuk membaca kata atau tulisan suatu layar multimedia.

Tulisan pada layar yang mempunyai nilai hampir sama membuat kita kesulitan bahkan tidak dapat membacanya. Gunakan nilai kontras, misalkan jika tipe tulisan putih, maka layar berwarna hitam atau yang lebih gelap. Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional. Jika rentang kontras nilai sempit maka disebut rendah, tetapi jika rentang nilai tinggi disebut kontras tinggi.

E. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau keras atau halaman elektronik. Di dalam seni, tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur *tactile* dan tekstur *visual*. Tekstur *tactile* adalah nyata, kita dapat merasakan permukaannya tersebut dengan jari kita. Sedangkan tekstur *visual* adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur yang nyata.

Tekstur *tactile* dapat diciptakan dengan berbagai cara. Anda dapat memotong dan menempelkan pada ekstur, anda juga dapat melakukan *embossing* (sebuah permukaan yang muncul) dengan mengimpresi tekstur dalam relief. Bisa juga anda membuat permukaan papan atau kanvas atau dengan cat, ini biasa disebut *impasto*.

Tekstur *visual* diciptakan menggunakan garis, kontras nilai, dan atau warna. Tekstur *visual* dalam halaman elektronik dapat dibuat langsung dengan perangkat lunak komputer, misalkan Corel Draw, Adobe

Photoshop, Adobe After Effect, Adobe Premiere, dan sebagainya. Anda juga dapat menggunakan CD tekstur visual serupa dengan metode yang digunakan untuk menciptakan pola.

F. Merancang Format

Elemen-elemen grafik seperti garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, dan audio dari multimedia membuat perbedaan terhadap dampak multimedia maupun biayanya. Sedikit penataan ulang atas elemen-elemen mekanis dalam multimedia dapat meningkatkan kemampuannya menarik perhatian. Format terdiri dari ukuran dan ilustrasi. Iklan untuk ukuran besar menarik lebih banyak perhatian daripada iklan yang berukuran kecil, yang tidak sebesar perbedaan biayanya. Ilustrasi terdiri dari ilustrasi gambar bermakna ilustrasi hubungan tanda, dan ilustrasi simbol.

C.4. Pekerjaan Desainer Grafis

Desainer grafis menggunakan kata (huruf) dan gambar serta elemen-elemen grafis lain untuk berkomunikasi. Seni mereka merupakan ekspresi verbal-visual. Desainer grafis menjembatani antara klien dengan sebuah pesan yang dikirim ke target sasaran secara visual. Desainer atas nama klien memberikan informasi, membujuk, mengingatkan, atau menjual.

Desainer grafis bekerja membuat pesan yang jelas dan seperti setiap seniman yang lain, desainer grafis berkonsentrasi pada terbentuknya estetika. Tercapainya tujuan-tujuan, ini tergantung pada seberapa baik desainer mengerti media desain dan masalah desain yang telah dibuat.

Pekerjaan desainer grafis diantaranya adalah ;

1. Merencanakan dan melakukan desain
2. Menulis kekhususan dari layout, yang meliputi pekerjaan :
 - a. Menentukan ukuran halaman pada *master page layout*
 - b. Memilih jenis kertas
 - c. Memilih dan menentukan typografi
 - d. Membuat rough dan ilustrasi
 - e. Menentukan kualitas foto
 - f. Memilih warna
3. Memvisualisasikan ide pertama yang muncul pada diri desainer berdasarkan pesanan
4. Mengorganisasikan gambar, huruf cetak pada suatu yang dinamakan komprehensif

Di dalam melakukan pekerjaannya seorang desainer grafis mengikuti prosedur sebagai berikut :

1. Membuat ide kasar berupa coret-coretan kasar
2. Memperbaiki ide yang pertama kedalam bentuk yang lebih baik yang dikenal sebagai *Rough*
3. Membuat Komprehensif berdasarkan *Rough* sebagai bahan untuk diperlihatkan kepada pemesan.

Dengan demikian pekerjaan desainer grafis terdiri dari perencanaan, pengembangan, dan pelaksanaan di dalam desain.

C.5. Proses Pembuatan Desain Iklan Cetak

Banyaknya tahapan yang harus dilalui untuk menghasilkan media cetak untuk semua format pada dasarnya sama, walaupun terdapat sedikit perbedaan dalam jumlah tahapan dan waktu yang diperlukan. Perbedaan waktu yang diperlukan tergantung dari format teks dan elemen-elemen desain yang digunakan. Agar lebih jelas masing-masing tahapan itu dapat diuraikan seperti di bawah ini :

A. Desain Kreatif

Pada tahap ini seorang desainer biasanya akan melakukan tiga pekerjaan, yaitu : membuat sket, rough, dan komprehensif. Ketiga pekerjaan itu adalah :

a) Sket (*Thumbnail*)

Kegiatan ini merupakan pembuatan hasil karya desain yang dilakukan dengan cara mencoret-coret seperti yang terlintas dan terpikirkan secara kasar.

b) Rough

Merupakan perbaikan dari thumbnail. Di dalam rough semua details dari apa yang akan disampaikan dan ditampilkan sudah dibuat menyamai hasil akhir baik ilustrasi atau gambar. Pada tahap ini semua elemen-elemen desain grafis dibuat serupa walaupun tidak sama persis. Warna yang digunakan, jenis corak, dan ukuran huruf cetak yang ditempatkan mewakili hasil akhir yang akan di cetak. Pada tahap ini diperlukan kemampuan untuk dapat

menuliskan atau melukiskan jenis huruf cetak yang dipilih. Kemampuan itu untuk digunakan pada pembuatan judul yang harus mirip dengan huruf cetak yang dipilih. Hasil akhir dari pekerjaan ini menggunakan format yang sesungguhnya.

c) Komprehensif

Berdasarkan rough barulah dibuat desain komprehensif. Elemen-elemen dari karya desain (teks, gambar, logo, dan sebagainya) dibuat sebagaimana karya desain nantinya. Semua apa yang ada pada halaman dari komprehensif sudah serupa dengan apa yang diproduksi nantinya.

B. Pracetak

- a) Paste-up
- b) Pembuatan film
- c) Striping

C. Percetakan

- a) Offset
- b) Letter press

Penulis hanya menjabarkan pada bagian desain kreatifnya saja karena sesuai dengan bagian yang penulis ambil pada saat Kuliah Kerja Media.

C.6. Layout

Layout berkaitan dengan pengaturan huruf dan visual pada permukaan dua dimensi agar seluruh informasi dapat dibaca, jelas dan menarik. Layout

merupakan pengaturan huruf dan visual pada sebuah cetakan atau halaman elektronik.

Sebelum membuat layout kita harus memperhatikan beberapa hal, yaitu gaya layout bagaimana yang disukai audience, fungsi desain tersebut, informasi dan pesan yang disampaikan, dan dimana akan dilihat.

Adanya beberapa hal tersebut membuat kita terlebih dahulu membuat sketsa kasar dalam berbagai variasi layout. Ini hanyalah salah satu cara dari beberapa cara yang mendasar untuk menjaga tetap dibenak kita. Prinsip-prinsip yang paling penting yang berpengaruh pada layout adalah titik fokus hirarki visual, kesatuan dan keseimbangan.

Dalam mendesain layout, posisi elemen pada halaman, hubungan antara elemen satu dengan yang lainnya, yaitu ukuran, warna, kontras nilai, tekstur dan bentuk serta hirarki visual harus dipertimbangkan. Layout akan berhasil, jika menggunakan prinsip kesatuan yaitu hubungan, kesejajaran, grid, dan aliran

Dan untuk diperhatikan bahwa orang-orang kreatif yang terlibat dalam pembuatan layout desain harus ingat bahwa iklan tidak dibuat untuk kepentingan atasan, klien atau semata-mata untuk kepuasan pribadi dalam melampiaskan gejolak seninya, melainkan untuk menjual produk yang ditawarkan.

BAB III

DESKRIPSI LEMBAGA / PERUSAHAAN

A. Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : Putra Nugraha Group
2. Alamat Perusahaan : Jl. Merapi Raya No. 17 Mojosongo, RT 06
RW 09, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah
3. Nomor Telepon : (0271) 851577
4. Nomor Faksimili : (0271) 855221
5. Bentuk Usaha : Perseroan Komanditer (CV)
6. Bidang Usaha : Penerbitan dan Percetakan
7. Akte Pendirian Perusahaan
Notaris : Agus Subyanto
Nomor/Tanggal : 05 / 24 November 2004
8. Akte Perubahan Perusahaan
Notaris : Silviani Tri Budi Esti, SH
Nomor/Tanggal : 18 / 9 April 2007
9. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
Dikeluarkan oleh : Unit Pelayanan Terpadu Kota Surakarta
Nomor : 11.16.3.52.01834
Tanggal : 28 April 2007
Masa Berlaku : s/d 28 April 2012

10. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Dikeluarkan oleh : Unit Pelayanan Terpadu Kota Surakarta
Klasifikasi : Perusahaan Besar (PB)
Nomor : 517/0486/Rub./PB/V/2007
Tanggal : 16 Mei 2007
Masa Berlaku : 28 April 2012

11. Surat Izin Usaha Industri (SIUI)

Dikeluarkan oleh : Unit Pelayanan Terpadu Kota Surakarta
Klasifikasi : Industri Besar (IB)
Nomor : 530/0051/IB/V/2007
Tanggal : 16 Mei 2007
Masa Berlaku : 28 April 2012

12. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Dikeluarkan oleh : Direktorat Jendral Pajak
Nomor : 02.399.620.0-526.000
Tanggal : 28 Januari 2005

13. Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak

Dikeluarkan oleh : Direktorat Jendral Pajak
Nomor : PEM-95/WP.32/KP.0603/2007
Tanggal : 25 April 2007

14. Keanggotaan Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia (PPGI)

Nomor Registrasi : 050222-00000344
Nomor Sertifikat : 206.11308.00021

Nomor Akreditasi : 203002.021202.015

Tanggal : 2 Januari 2008

Masa Berlaku : 31 Desember 2008

15. Izin Gangguan Tempat Usaha

Dikeluarkan oleh : Walikota Surakarta

Nomor : 503/0423/J-11/HO/IV/2007

Tanggal : 28 April 2007

Masa Berlaku : 31 April 2010

16. Izin Penggunaan Bangunan

Dikeluarkan oleh : Walikota Surakarta

Nomor : 603/0377/J-11/IPB/IV/2007

Tanggal : 28 April 2007

17. Surat Keterangan Domisili Perusahaan

Dikeluarkan oleh : Kelurahan Mojosongo

Nomor : 500/26/V/2008

Tanggal : 21 Mei 2008

B. Sejarah Singkat Berdirinya CV.Putra Nugraha

Berawal dari sebuah Penerbitan skala rumah tangga pada tahun 1994, kini perusahaan kami yang bergabung dalam Putra Nugraha Group tumbuh menjadi perusahaan penerbitan dan percetakan berskala nasional.

Sebagai penerbit buku-buku pelajaran dan penunjang pelajaran tingkat SD, SMP, SMA, SMK, dan sekolah berbasis Islam, serta dalam rangka

mendukung upaya pemerintah dalam penyediaan buku sekolah elektronik dengan harga kompetitif, kami memiliki jangkauan pemasaran hampir ke seluruh daerah di Indonesia tercinta ini.

Seperti hanya perusahaan lain, Putra Nugraha tumbuh dan berkembang berkat dukungan dan kepercayaan mitra kerja yang selama ini kami bina. Selain itu, kami juga dapat berkembang berkat dukungan segenap manajemen dan sumber daya manusia yang professional dengan melibatkan sedikitnya 260 orang tenaga kerja.

Melalui produk cetakan yang mengutamakan mutu, menjaga ketepatan waktu, dan proses produksi dengan harga yang kompetitif, kami berharap dapat membantu mitra kerja kami tumbuh dan berkembang pula.

Saat ini, Putra Nugraha memiliki fasilitas mesin yang modern didukung tenaga ahli di bidangnya dengan kedisiplinan kerja yang tinggi, sehingga kami dapat menyediakan produk dengan mutu terbaik dan proses pekerjaan yang cepat.

Dengan kedisiplinan waktu serta kerja yang kami terapkan, tidak berlebihan apabila ternyata kami terpilih untuk mencetak surat suara pemilihan umum tahun 2009 ini.

Setelah lebih dari 15 tahun kami menggeluti bidang penerbitan dan juga percetakan, kami siap mengikuti perkembangan dunia grafis, penerbitan dan cetak-mencetak dengan tetap mengutamakan kualitas dan ketepatan waktu, serta konsisten dalam menjalin hubungan yang harmonis, berkembang dalam keselarasan dan keseimbangan dengan mitra kerja.

C. Tujuan CV.Putra Nugraha

Putra Nugraha Group didirikan untuk maksud menjalankan usaha dalam bidang sebagai berikut :

1. Menjalankan usahanya dalam bidang penerbitan dan percetakan.
2. Menjalankan usaha perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan umum termasuk perdagangan ekspor, import, interinsulair, dan local dari semua dan segala bahan dan barang yang dapat diperdagangkannya.
3. Bertindak sebagai grosier, leveransir, distributor, supplier, dealer, sub dealer, agen, dan perdagangan perantara.
4. Menjalankan usaha perusahaan yang bergerak di bidang jasa pada umumnya kecuali jasa hukum dan jasa pajak.

Putra Nugraha Group memiliki Visi, Misi, serta slogan sebagai berikut :

1. Visi
 - a. Turut serta membangun dan mengupayakan generasi cerdas dengan membaca.
 - b. Menjadi perusahaan penerbitan terbesar di Indonesia.
2. Misi
 - a. Menjadi Perusahaan penerbitan mandiri dan terbesar.
 - b. Mencerdaskan bangsa melalui buku-buku berkualitas.
 - c. Membangun SDM yang tangguh, jujur, dan professional.
 - d. Terdepan dalam inovasi, pelayanan dan kualitas.
 - e. Memajukan bangsa melalui buku-buku pelajaran dan bacaan yang berkualitas.

3. Slogan

“Not The First But The Best”

D. Struktur Organisasi CV. Putra Nugraha

Didalam perusahaan CV. Putra Nugraha, terdapat beberapa bagian atau departemen kerja yang mengurus bidang pekerjaannya masing-masing, antara lain :

1. Departemen Pemasaran

Departemen ini bertanggung jawab atas penjualan barang hasil produksi. Oleh karena itu departemen ini berhubungan dengan pembeli. Untuk mempromosikan hasil produksi dilakukan dengan cara perekrutan sales freeland. Dalam melaksanakan tugasnya manager pemasaran mempunyai job description, yaitu :

- a. Melaksanakan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan pemasaran dan promosi produk hasil produksi perusahaan.
- b. Menjaga hubungan baik dengan pembeli atau sales freeland.
- c. Membuat perencanaan-perencanaan yang berhubungan dengan pemasaran produk.
- d. Membuat laporan penjualan bulanan.
- e. Memberikan pelayanan purna jual kepada sales-sales pelanggan penjualan.

2. Departemen Administrasi / Finansial Audit (FA)

Departemen ini bertanggung jawab mengenai keuangan dan administrasi yang meliputi sirkulasi uang untuk semua departemen, analisis, pajak penghasilan, PPH perusahaan, membuat harga produk, dan PPH karyawan. Dalam menjalankan tugasnya manager FA dibantu oleh :

a. Kepala Bagian Administrasi

Mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk membantu manager dalam menangani masalah keuangan dan administrasi.

b. Kepala Bagian Pajak

Mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk membantu manager dalam menangani masalah pajak.

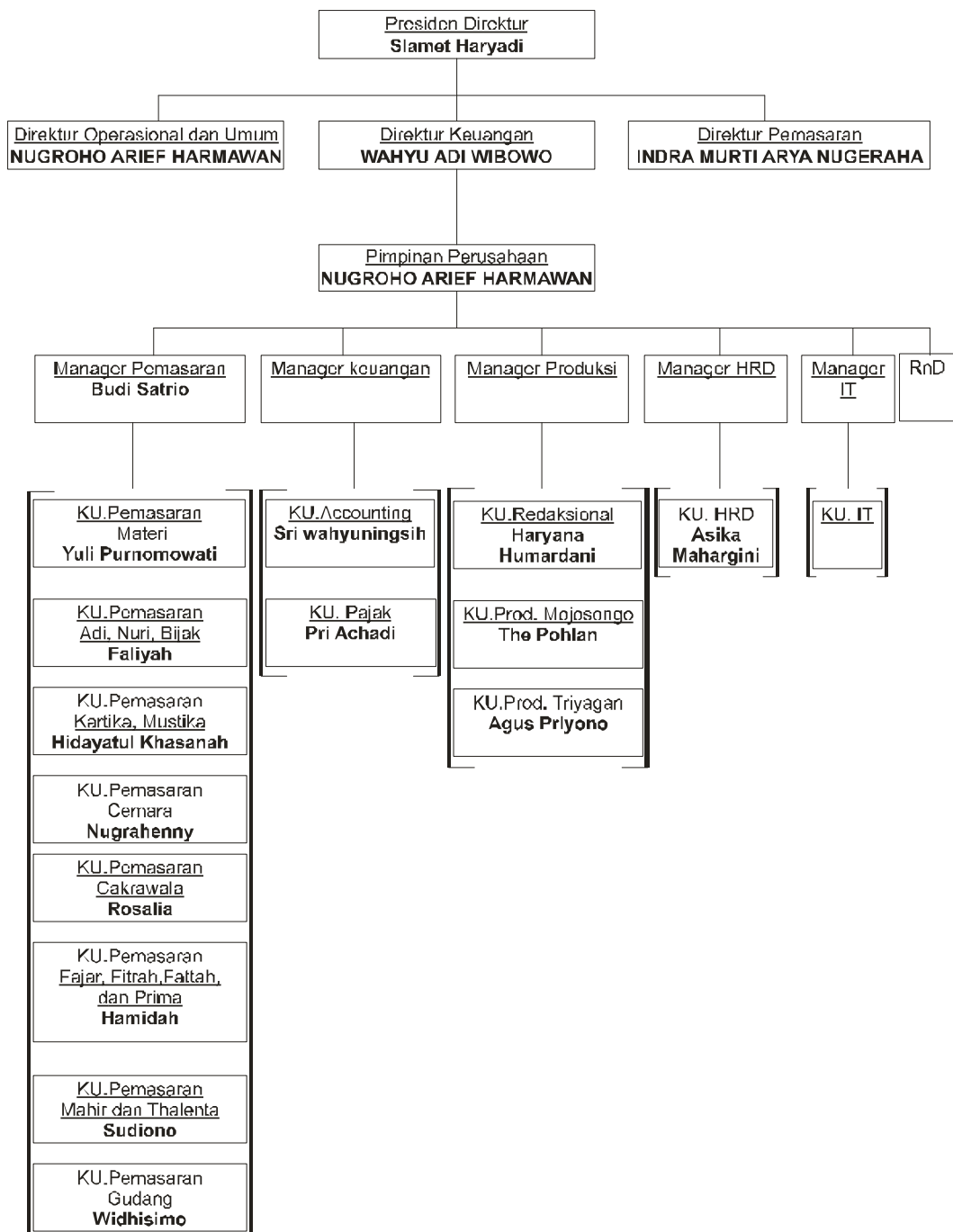
3. Departemen produksi

Departemen ini bertanggung jawab atas jalannya produksi mulai dari proses bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk di kirim. Dalam menjalankan tugasnya, manager produksi dibantu oleh seorang kepala bagian yaitu Kepala Bagian Edit dan Setting atau Edit Data Prosesor (EDP). Yang mempunyai tugas dan tanggung jawab membantu manager produksi dalam pelaksanaan produksi di bagian penambahan dan sub-sub komponen.

4. Departemen Personalia

Departemen ini bertanggung jawab dalam penggajian karyawan, recruitment atau penarikan pegawai, administrasi perkantoran, arsip karyawan dan pengembangan sumber daya manusia.

Bagan Sruktur Organisasi CV. Putra Nugraha



-Data Struktur organisasi dari Company Profile CV. Putra Nugraha

E. Data Peralatan / Perlengkapan CV.Putra Nugraha

No.	Nama Mesin	Merk, Seri	Buatan	Tahun
1.	Web, 4 high	GOSS Community	Cina	2007

2.	Web, 4 high	GOSS Community	Amerika	1989
3.	Web, 4 Mono	GOSS Community	Amerika	1987
4.	Web, 2 high	GOSS Community	Amerika	1970
5.	Web	GOSS Community	Amerika	1970
6.	Sheet	Heidelberg	Jerman	1998
7.	Sheet	Sprint Komori	Jepang	-
8.	Sheet	Oliver -66	-	-
9.	Forklip Catlok	Toyota	Jepang	-
10.	Forklip Catlok	komatsu	Jepang	1983
11.	Forklip Garpu	Mitsubishi	Jepang	-
12.	Hand Pallet	-	-	-
13.	Plate Maker	Behe, Grafmac	Taiwan	-
14.	Plate Processor	Behe, Grafmac	Taiwan	-
15.	Mesin Film Online	Katana FT- R5055	Jepang	2004
16.	Bending	Muller Martini	Jerman	-
17.	Potong Manual	DQ 201. Karikrause	Cina	2004
18.	Potong 3 Sisi	QS 420 RRC	Cina	2004
19.	Potong 3 Sisi	-	Jerman	1998
20.	UV Varnish	-	-	1979
21.	Bending	TSK	Korea	1997
22.	Behe	UVM 72	-	2009
23.	Packing	CE Model SM-4525	Korea	2007
24.	Bending	Muller Martini	Jerman	1998
25.	Stiching	Muller Martini	Jerman	1998

26.	Lipat Isi	Original Shoei	Jepang	1963
-----	-----------	----------------	--------	------

F. Spesifikasi Buku Materi

Produk buku CV. Putra Nugraha yang sudah di akui dan telah lolos BSNP, buku-buku itu di antara lain :

No.	Judul Buku	kelas	Penulis
Tingkat SD			
1.	Bahasa Indonesia	I	Supriyanto, Sriyono
2.	Bahasa Indonesia	II	Supriyanto, Sriyono
3.	Bahasa Indonesia	III	Fitriasari
4.	Ilmu Pengetahuan Alam	I	Endang SL, Cecep A P, Eko P
5.	Ilmu Pengetahuan Alam	II	Endang SL, Cecep A P, Eko P
6.	Ilmu Pengetahuan Alam	III	Endang SL, Cecep A P, Eko P
7.	Ilmu Pengetahuan Alam	IV	Endang SL, Cecep A P, Eko P
8.	Ilmu Pengetahuan Alam	V	Endang SL, Cecep A P, Eko P
9.	Ilmu Pengetahuan Alam	VI	Endang SL, Cecep A P, Eko P
10.	Ilmu Pengetahuan Sosial	I	Farida NA, Supriyanto, Siti AS, Khanifudin
11.	Ilmu Pengetahuan Sosial	III	Farida NA, Supriyanto, Siti AS, Khanifudin
12.	Ilmu Pengetahuan Sosial	IV	Farida NA, Supriyanto, Siti AS, Khanifudin
13.	Ilmu Pengetahuan Sosial	VI	Farida NA, Supriyanto, Siti AS, Khanifudin
14.	Pend. Kewarganegaraan	II	Parman, Nurrudin, Eko S
15.	Pend. Kewarganegaraan	III	Parman, Nurrudin, Eko S
Tingkat SMP			
1.	Bahasa Indonesia	VII	Maryati N, Anto D R, Sutopo
2.	Bahasa Indonesia	VIII	Anto D R, Sutopo, Maryati N

3.	Bahasa Indonesia	IX	Sutopo Maryati N, Anto D R
4.	Ilmu Pengetahuan Alam	VII	Heru S,Ispriyanto,Muhhamad P, Sudirman
5.	Ilmu Pengetahuan Alam	VIII	Heru S,Ispriyanto,Muhhamad P, Sudirman
6.	Ilmu Pengetahuan Sosial	VIII	Heru S,Ispriyanto,Muhhamad P, Sudirman
7.	Pend. Kewarganegaraan	VIII	Parman, Hartanto
8.	Pend. Kewarganegaraan	IX	Parman, Hartanto
9.	Penjaskes	VII	Budi Surisno, Muh Bazin Khafadi
10.	Penjaskes	VIII	Budi Surisno, Muh Bazin Khafadi
11.	Penjaskes	IX	Budi Surisno, Muh Bazin Khafadi
Tingkat SMA			
1.	Matematika	XI IPS	Sri Lestari, Diah ayu Kurniakasih
2.	Matematika	XI BHS	Sri Lestari, Diah ayu Kurniakasih
3.	Matematika	XII BHS	Sri Lestari, Diah ayu Kurniakasih
4.	Ekonomi	X	Kustyaningsih H,Sri M,. Sujiyani, Idrastuti R
5.	Ekonomi	XI	Kustyaningsih H,Sri M,. Sujiyani, Idrastuti R
6.	Ekonomi	XII	Kustyaningsih H,Sri M,. Sujiyani, Idrastuti R
7.	Biologi	X	Endang Sri Lestari, Idun Kistinah
8.	Biologi	XI	Endang Sri Lestari, Idun Kistinah
9.	Biologi	XII	Endang Sri Lestari, Idun Kistinah
10.	Fisika	XI	Sarwono, Suyatman, Sunarroso
11.	Geografi	XI	Sumardi, Siti Azizah S, Muhhamad Amin
Tingkat SMK			
1.	Bahasa Indonesia	X	Sri Rahayu, Jarot Mardiyanto
2.	Bahasa Indonesia	XI	Sri Rahayu, Jarot Mardiyanto

BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Pengantar

Kuliah Kerja Madia (KKM) adalah syarat utama proses pembuatan Tugas Akhir dan kelulusan dari program D III untuk gelar Ahli Madya. Untuk itu penulis melakukan Kuliah kerja Media (KKM) di CV. Putra Nugraha yang bertempat di Jl. Merapi Raya No. 17 Mojosongo, RT 06 RW 09 Jebres, Surakarta, Jawa Tengah.

CV. Putra Nugraha adalah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan dan percetakan, produk utamanya adalah buku-buku pelajaran dan penunjang tingkat SD, SMP, SMA, SMK, dan sekolah berbasis Islam. Kuliah Kerja Media (KKM) dilakukan selama 1 bulan lebih 1 hari terhitung dari tanggal 1 Februari samapai 1 Maret 2010, dalam 1 minggu penulis masuk dari senin sampai sabtu. Senin sampai kamis yaitu pukul 07.30 - 15.30 WIB, dengan istirahat pukul 12-00 - 13.00 WIB. Dan untuk hari jumat masuk pukul 07.00 – 15.30 WIB, karena pada paginya di adakan pengajian untuk seluruh karyawan dengan di pimpin salah satu Ustad yang juga merupakan salah satu dosen di Fakulktas Sastra Universitas Sebelas Maret, yaitu bapak Hanief. Sedangkan untuk hari sabtu hanya setengah hari yaitu pukul 07.30-13.00 WIB tanpa istirahat.

Pada minggu pertama penulis menganggap sebagai minggu adaptasi yang berjalan dengan lancar dan baik-baik saja, para karyawan dan karyawanati merespon baik akan kehadiran penulis dan mereka pun bersikap ramah tanpa memandang

status penulis sebagai mahasiswa magang. Minggu kedua berikutnya sudah tercipta suasana kekeluargaan yang membuat penulis tidak canggung untuk bertanya serta meminta bimbingan atas pekerjaan yang di berikan kepada penulis.

B. Posisi Kerja

Sebagai mahasiswa Magang penulis ditempatkan di bagian Setting dengan instruktur Kepala Unit Redaksional Setting yaitu Bapak Haryana Humardani. Dibagian setting terdapat tiga bagian utama pekerjaan, yaitu di bagian Desain Grafis (lebih kepada pembuatan cover dan grafis dalam buku), Layout dan illustrator. Penulis ditempatkan di semua bagian tersebut tetapi yang paling terfocus yaitu di bagian desain grafis, walaupun demikian saat bagian layout dan illustrator penulis mampu mengambil cukup banyak pengetahuan yang sangat berguna. Dibagian desain grafis, penulis dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan sebuah desain cover yang mampu memikat konsumen tanpa meninggalkan aturan atau standard dalam pembuatan cover di perusahaan yang bersangkutan.

Disini penulis juga dituntut untuk lebih aktif, yaitu aktif dalam atrian apabila telah menyelesaikan tugas atau bahkan jika tidak ada tugas pada bagian tersebut memungkinkan untuk penulis bertanya pada bagian lainnya, apakah ada pekerjaan yang biasa penulis bantu. Atau menanyakan sesuatu yang berkaitan dengan bahan-bahan yang di butuhkan penulis untuk menunjang laporan. Pada bagian setting ini bisa di bilang gampang-gampang susah, karena pada dasarnya bukan hanya keterampilan atau kreativitas saja yang di butuhkan melainkan

pemahaman terhadap pekerjaan yang di berikan. Untuk itu penulis selalu berkonsultasi pada pembimbing/instruktur terhadap kendala dan hambatan yang ditemukan untuk dapat memperoleh solusi pemecahannya sehingga kendala dan hambatan itu dapat diminimalis bahkan bisa di atasi secara menyeluruh.

C. Laporan Kuliah Kerja Media (KKM)

C.1. Minggu Pertama (1 Februari s/d 6 Februari 2010)

Pada awal minggu pertama penulis menganggap sebagai hari-hari adaptasi. Dimana penulis harus dapat beradaptasi terhadap lingkungan pekerjaan ataupun terhadap posisi kerja yang diberikan perusahaan terhadap penulis. Hari pertama Kuliah Kerja Media (KKM) dari bagian HRD mengenalkan langsung yang menjadi pembimbing/instruktur kepada penulis selama Kuliah Kerja Media (KKM) di perusahaan tersebut. Dari instruktur penulis dikenalkan kepada beberapa karyawan dan karyawan yang berhubungan dengan tugas kerja nantinya maupun sebatas pengenalan bagian-bagian.

Pada hari pertama penulis langsung diberikan tanggung jawab untuk membuat cover buku untuk pelajaran Pendidikan Agama Islam Sekolah Menengah Pertama (SMP) untuk kelas VII, VII, IX. Sebelum pembuatan cover Pendidikan Agama Islam ini Penulis diberikan pengetahuan bahwa gambar ilustrasi yang di gunakan dalam cover ini tidak lah boleh sembarangan, ada aturannya tersendiri, dan karena merupakan ajaran yang berhubungan dengan agama. Selain membuat

cover penulis juga diberikan tugas untuk memberikan efek maupun warna untuk gambar ilustrasi-ilustrasi yang dibutuhkan dalam pembuatan cover buku. Jika cover dibuat lebih menarik dengan warna yang menonjol tetapi untuk isi dibuat sederhana tetapi menarik dengan warna yang sederhana pula. Pada minggu pertama ini penulis juga memperoleh pengetahuan tentang cara melayout dengan menggunakan Pagemaker oleh salah satu Setter disana.

C.2. Minggu Kedua (8 Februari s/d 13 Februari 2010)

Di minggu kedua ini penulis banyak melakukan pembelajaran tentang layout serta ikon-ikon/template maupun pembuatan background dalam buku. Dalam Layout penulis di bantu oleh salah satu karyawan yang bekerja di CV. Putra Nugraha di bagian Setter. Dalam menyetting naskah penulis dituntut menggunakan program Pagemaker yang sebelumnya tidak pernah penulis dapatkan di bangku perkuliahan.

Di bagian Setter ini penulis mendapatkan banyak masukan, baik cara menyetting yang baik maupun cara-cara mengolah naskah di program pagemaker. Selain melayout penulis juga di beri tugas untuk membuat ikon-ikon yang terdapat di dalam naskah. Ikon-ikon dibuat sesuai dengan buku yang produksi, Misal Pelatihan biasanya menggunakan ikon gambar setumpuk buku atau yang lain. Background dibuat sesuai dengan hal yang berkaitan dengan isi, materi, maupun judul buku. Pada minggu kedua ini ternyata penulis masih dipercaya untuk membuat cover Matematika Bilingual untuk SMP Kelas VII, VIII, IX.

C.3. Minggu Ketiga (15 Februari s/d 20 Februari 2010)

Pada minggu ketiga ini penulis penulis merasa bahwa dunia kerja memang begitu berat, disamping dituntut untuk melakukan pekerjaan dengan baik dan memaksimalkan apa yang dimiliki untuk sebuah pekerjaan ataupun tugas-tugas yang di berikan. Penulis juga dituntut dan dihadapkan pada kesempurnaan kerja, kedisiplinan, hingga deadline pada setiap mengerjakan tugas. Dengan hasil desain cover yang telah penulis buat beberapa minggu yang lalu.

Pada minggu ini penulis masih dipercaya untuk membuat desain cover Ilmu pengetahuan Alam (IPA) Terpadu Bilingual untuk SMP kelas VII, VIII, IX. Membuat ikon-ikon seperti minggu lalu, dan membuat cover buku Ekonomi untuk SMP. Karena pada minggu-minggu sebelumnya penulis sudah kerjakan, maka penulis dapat mengerjakan pekerjaan-pekerjaan tersebut dengan lancar. Instruktur mengharapkan untuk penulis membuat sebanyak-banyaknya desain agar nantinya dapat berguna bagi perusahaan dan tentunya penulis sendiri sehingga mengasah kemampuan penulis dalam membuat desain yang kreatif dan menarik khususnya dalam pembuatan desain untuk cover buku. Buku-buku yang sudah jadi menjadi acuan penulis untuk dapat memahami dan mempelajari pembuatan ikon-ikon serta cover buku.

C.4. Minggu Keempat (22 Februari s/d 1 Maret 2010)

Pada minggu ke empat ini penulis sudah merasa menyatu terhadap dunia kerja dengan segala pekerjaan yang ada di CV. Putra Nugraha.

Segala tekanan yang ada di dunia pekerjaan sedikit banyak terasa oleh penulis waktu melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM).

Dalam minggu ini penulis telah belajar banyak dari minggu – minggu sebelumnya, yaitu membuat ikon-ikon isi dalam buku, membuat background, dan beberapa desain-desain cover buku. Pada minggu keempat ini pun ternyata penulis masih dipercaya untuk membuat desain cover buku Pendidikan Kewarganegaraan untuk SMP, sebenarnya penulis berharap dapat tugas untuk membuat cover buku untuk Sekolah Dasar (SD), atau Sekolah Menengah Atas, namun karena order yang ada di CV. Putra Nugraha saat penulis melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM) itu kebanyakan pembuatan buku-buku untuk kalangan Sekolah Menengah Pertama penulis sudah bersyukur karena diberi kesempatan dan dipercaya untuk membuat desain cover tersebut.

Teori-teori yang telah diberikan oleh pembimbing menurut penulis sangatlah bermanfaat bagi penulis terutama di bagian desain grafis, karena penulis dapat mempraktekkan serta menambah pengetahuan penulis terhadap apa yang telah di berikan sehingga bermanfaat pula terhadap masa yang akan datang.

D. Kendala dan Cara Mengatasi

Beberapa kendala yang dirasakan penulis, baik itu dari kendala sekecil apapun sampai yang sangat sulit sekalipun pada akhirnya dengan bantuan serta bimbingan dari instruktur kendala tersebut penulis dapat mengatasinya dengan

baik. Pada awal kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) penulis menemukan beberapa kendala diantaranya yaitu penyesuaian terhadap tempat kerja dan posisi kerja, penulis masih merasa canggung terhadap lingkungan tersebut, namun karena karyawan-karyawan di CV. Putra Nugraha ramah-ramah serta bimbingan dari instruktur hal ini dapat teratasi.

Kendala yang lain yaitu dalam memilih gambar ilustrasi yang akan di masukkan dalam desain cover tidaklah boleh sembarangan, penulis harus benar-benar memahami gambar yang mana yang cocok, pas dan sesuai aturan yang ada. Penulis juga mengalami kendala masalah layout yang mana menggunakan program pagemaker yang tidak diperoleh di bangku kuliah. Namun semua kendala itu semua dapat teratasi dengan baik dengan bimbingan dan arahan instruktur. Dengan banyaknya kendala-kendala tersebut membuat pengetahuan penulis menjadi bertambah dan lebih luas, sehingga menjadi bekal masa yang akan datang nantinya.

E. Proses Desain

Dalam menciptakan suatu desain yang kreatif seorang desainer yang baik di tuntut untuk memperhatikan bagaimana proses desain yang benar. Desain memiliki sudut pandang yang berbeda pada setiap orang yang melihatnya. Dalam suatu perusahaan, desain yang harus kita laporkan terhadap pimpinan terkait apakah sudah layak untuk diproduksi atau belum, karena belum tentu desain yang kita lihat menarik akan dilihat menarik pula oleh pimpinan, karena mungkin pimpinan memiliki sudut pandang yang lain tentang desain kita. Seperti itulah

CV. Putra Nugraha setelah desainer dituntut untuk membuat desain semaksimal mungkin. Setelah jadi desain tersebut harus mendapat persetujuan dari pimpinan yang terkait, apakah desain tersebut siap cetak atau belum. Seorang desainer dalam menerjankan desainnya harus memperhatikan beberapa tahapan desain sebagai berikut :

1. Sket (*Thumbnail*)

Kegiatan ini merupakan pembuatan hasil karya desain yang dilakukan dengan cara mencoret-coret seperti yang terlintas dan terfikirkan secara kasar

2. Rough

Merupakan perbaikan dari thumbnail. Didalam rough semua detail dari apa yang akan di sampaikan dan ditampilkan sudah di buat menyamai hasil akhir baik ilustrasi maupun gambar. Pada tahap ini semua elemen-elemen dalam desain grafis dibuat serupa walaupun tidak sama persis. Warna yang digunakan, jenis corak, dan ukuran huruf cetak yang ditempatkan mewakili hasil akhir yang akan dicetak. Pada tahap ini diperlukan kemampuan untuk dapat menuliskan atau melukiskan jenis huruf cetak yang di pilih. Kemampuan itu untuk digunakan pada pembuatan judul yang harus mirip dengan huruf cetak yang di pilih. Hasil akhir dari pekerjaan ini menggunakan format yang sesungguhnya.

3. Komprehensif

Berdasarkan rough barulah dibuat desain komprehensif. Elemen-elemen dari karya desain (teks, gambar, logo, dan sebagainya) dibuat sebagaimana

karya desain nantinya. Semua apa yang ada pada halaman dari komprehensif sudah ada serupa dengan apa yang diproduksi nantinya. Dengan menggunakan komprehensif pembuatan atau pengambilan gambar, dan penyusunan huruf cetak dapat dilakukan segera.

Tahapan-tahapan tersebut akan memudahkan seorang desainer dalam membuat desain yang kreatif dan menarik.

Dalam kuliah Kerja Media (KKM) di CV. Putra Nugraha penulis telah membuat beberapa desain untuk buku, yaitu membuat cover, ikon, dan background buku. Dan tentunya itu semua telah mengalami proses desain yang akan penulis jelaskan pada laporan Tugas Akhir ini.

1. Cover Buku

Dalam pembuatan cover buku di CV. Putra Nugraha memiliki dua versi dalam hal cover. Yaitu versi cover untuk buku materi Sekolah Dasar (SD) dan versi cover untuk buku materi Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA). Dalam versi cover untuk Sekolah dasar lebih menekankan penggunaan gambar ilustrasi dengan warna-warna sehingga pesan sampai ke anak Sekolah Dasar. Tentunya dengan menggunakan gambar serta warna yang memikat dan menarik. Sedangkan untuk versi cover untuk buku materi Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) menggunakan foto-foto yang berkaitan dengan isi buku, desain dibuat cerdas dan tentunya menarik.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat cover buku, antara lain :

A. Tata letak isi cover buku

- a) Desain kulit artistic : mempunyai kesatuan, pusat pandang jelas, komposisi baik, ukuran unsur tata letak proporsional
- b) Desain kulit konsisten : penempatan unsure tata letak tetap (sesuai pola), memberi kesan irama yang baik dan konsisten dalam satu seri.
- c) Unsur tata letak lengkap : judul, peruntukan (sub judul), nama penulis, ilustrasi, dan identitas penerbit.

B. Tipografi

- a) Huruf sederhana: maksimal dua jenis huruf, tidak menggunakan huruf dekoratif, dan sesuai dengan tipografi isi (salah satu huruf isi bisa diwakili di kulit buku).
- b) Menarik dan mudah di baca : judul lebih dominan, kontras dengan latar belakang, ukuran huruf proporsional.

C. Ilustrasi cover buku

- a) Meningkatkan daya tarik : tata letak konsisten, penempatan unsurnya mengikuti pola, mempercepat

kelancaran baca, awal bab ini dimulai di halaman ganjil, jarak antarparagraf jelas, tidak terdapat widow atau orphans, dan teks awal bab cukup mencolok.

- b) Unsur tata letak harmonis : bidang cetak dan margin proporsional, teks dan ilustrasi berdekatan, tata letak halaman terbuka serasi, unsur tata letak serasi.
- c) Unsur tata letak : judul, sub judul, angka halaman, ilustrasi yang diperlukan, ruang putih cukup.

D. Bahan Kulit

- a) < 5mm. Art Cartoon 190 gr/m² UV
- b) > 5mm. Art Cartoon 210 gr/m² UV

E. Ikon buku dan Background buku

Ikon buku dibuat sesuai dengan buku apa yang akan diberi ikon tersebut. Ikon berfungsi untuk memperkaya isi dari buku tersebut, apabila yang akan diproduksi buku Pendidikan Agama Islam maka ikon yang di buat harus juga berkaitan dengan buku yang bersangkutan. Jadi ikon dapat di buat dengan ilustrasi masjid, kha'bah, dan gambar lain sebagainya. Sedangkan background, fungsi utamanya adalah untuk memperkaya dan memperindah isi buku. Hampir sama dengan ikon, gambar background harus sesuai dengan isi buku atau sesuai dengan buku apa yang di produksi.

Setelah semua komponen tersebut sudah lengkap maka buku itu siap untuk di cetak. Tetapi sebelumnya harus diperhatikan setiap detail kelengkapan dan kesempurnaan buku sebelum naik cetak, antara lain :

1. Teks

- a. Sudahkah font yang anda gunakan di convert to path?
- b. Pastikan font yang anda gunakan terlampir dalam satu folder
- c. Pastikan teks hitam anda sudah di overprint

2. Vektor/Graphics

- a. Apakah komposisi warna desain anda sudah sesuai dengan color chart?
- b. Pilih warna CMYK pada color pallete, kecuali memang akan digunakan sebagai warna khusus/ spot color
- c. Apakah elemen data yang digunakan sudah di buang?
- d. Hindari penggunaan path yang terlalu banyak dan kompleks

3. Image/Gambar

- a. Olah gambar/image anda di photoshop
- b. Pastikan gambar anda sudah di konversi dalam format CMYK (pastikan dengan cara yang benar).
- c. Pastikan resolusi image anda 300 dpi khusus untuk produksi Koran dapat menggunakan 170-200 dpi
- d. Gunakan format Tiff atau EPS untuk menyimpan file anda., khusus untuk produksi Koran dapat menggunakan JPEG maksimum

- e. Sudahkah gambar hi-res (high resolution) anda sertakan dalam satu folder?

4. Dokumen

- a. Pastikan nama file pekerjaan anda dengan jelas
- b. Apakah semua elemen (gambar atau vector) sudah di Link?
- c. Apakah ukuran dokumen sudah benar?

5. Software

- a. Gunakan software yang desain graphics yang umum (Pagemaker, Freehand, Adobe Photosop, Corel Draw), jangan gunakan software Microsoft office untuk produksi cetak.
- b. Perhatikan kompatibilitas software yang satu dengan yang lain.

6. Informasi cetak dan finising

- a. Sudahkah anda informasikan jenis Kertas yang anda gunakan?
- b. Sudahkah anda informasikan jenis finishing yang anda gunakan?
- c. Apakah sudah di defisinisikan warna khusus yang anda inginkan?

BAB V

PENUTUP

F. Kesimpulan

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) yang penulis laksanakan di CV. Putra Nugraha yairu terhitung dari tanggal 1 Februari 2010 sampai tanggal 1 Maret 2010 di bagian creative telah memberikan pemahaman tentang arti dan peran seorang desain grafis dalam dunia kerja. Tentang bagaimana seorang desain grafis dapat melakukan pekerjaannya dengan baik, bagaimana seorang desain grafis menjadi professional dalam dunia kerja, bagaimana seorang desain grafis dapat menuangkan ide-ide kreatif dalam suatu desain grafis itu sendiri, dan tentang hal apa saja yang perlu di perhatikan dalam pembuatan suatu desain. Bekerja dalam sebuah perusahaan tentunya harus bisa menumbuhkan kepercayaan dan mempertahankan kepercayaan dari pada klien, disini seorang desain grafis mempunyai peranan yang penting untuk menjaga hal tersebut. Adapun kendala yang dihadapi seorang desain grafis adalah bagaimana membuat ide-ide atau desain yang menarik dan kreatif agar calon konsumen tertarik untuk menjadi klien tetap. Hal ini akan dapat di atasi oleh seorang desain grafis apabila seorang desain grafis itu mempunyai kemampuan untuk melakukan serangkaian desain yang di minati dan di inginkan oleh klien

G. Saran

Semoga Laporan Tugas Akhir yang penulis buat sedikit banyak memberikan manfaat bagi para pembaca. Saran penulis berikan kepada :

1. CV,Putra Nugraha

- 1) Tingkatkan kinerja dengan berpedoman dengan sistem kekeluargaan
- 2) Perlu adanya system komputer tambahan untuk operasional yang lain, misalnya adanya internet untuk membantu proses kerja
- 3) Pertahankan system bonus serta promosi jabatan agar menjadi motivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi.

2. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (DIII pada khususnya)

- 1) Menjalin hubungan dengan perusahaan-perusahaan terkait dengan pembelajaran mahasiswa
- 2) Peningkatan pelayanan bagi mahasiswa
- 3) Perlu adanya penambahan jam praktek untuk semua bidang
- 4) Perlu adanya perawatan terhadap lingkungan di sekitar kampus agar terlihat bersih dan nyaman

3. Mahasiswa(umum)

- 1) Selalu aktif, kreatif, dan mandiri dalam mengerjakan tugas-tugas yang di berikan oleh dosen agar tebiasa dalam dunia kerja nyata.
- 2) Gunakan waktumu sebaik-baiknya, agar di masa yang akan datang menjadi pribadi yang lebih baik.

- 3) Semoga laporan ini dapat membantu proses pembuatan Laporan Tugas Akhir nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Nuryanto. 1997. *Periklanan*. Surakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan UNS.
- Pareno, Sam Abede. 2002. *Kuliah Komunikasi*. Surabaya: Papyrus.
- Sudiana, Dendi. 1986. *Komunikasi Periklanan Media Cetak*. Bandung: CV. Karya Remadja.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.